

Dinamización del tejido productivo de Lugo

Diputación de Lugo & EOI

Abril 2014

Agenda

1. ¿En qué consiste el proyecto?
 1. Objetivo y alcance
 2. Soluciones de asesoramiento
2. ¿Qué beneficios le puede aportar?
3. ¿Quién puede participar?
4. Pero.. ¿de qué se trata exactamente?
 1. La iniciativa paso a paso
 2. La necesidad de involucración

1. ¿En qué consiste el proyecto?

“Queremos ayudar a mejorar las micropymes y autónomos de la provincia de Lugo”

1. ¿En qué consiste el proyecto?

1.1. Objetivos y alcance

¿Cuáles son los objetivos del proyecto?

El Proyecto de dinamización del tejido productivo de la provincia del Lugo tiene como objetivo **mejorar la competitividad de las micropymes y autónomos** de Lugo mediante:

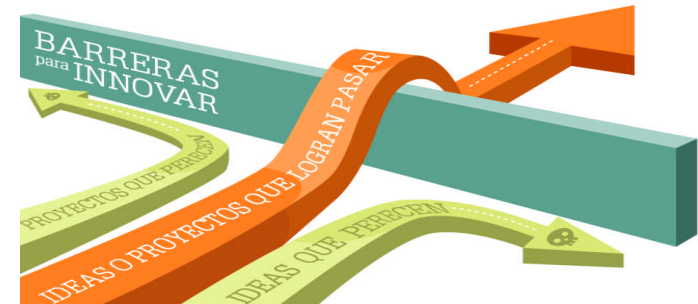
- La aplicación de innovación en los procesos comerciales y operativos, a través del **asesoramiento en la identificación e implantación de buenas prácticas** existentes en el mercado.

Para acometer este objetivo **la empresa podrá beneficiarse de uno de los dos itinerarios de asesoramiento** (véase página siguiente) que articularemos del siguiente modo:

¿Cómo lo vamos a hacer?



- Conociendo tus necesidades... mediante la realización de un **diagnóstico** de tu negocio.
- Comprendiendo tu mercado... proponiéndote un **plan de Innovación** adaptado a tus necesidades.
- **Acompañándote** a través de **un equipo de asesores** durante el cambio.

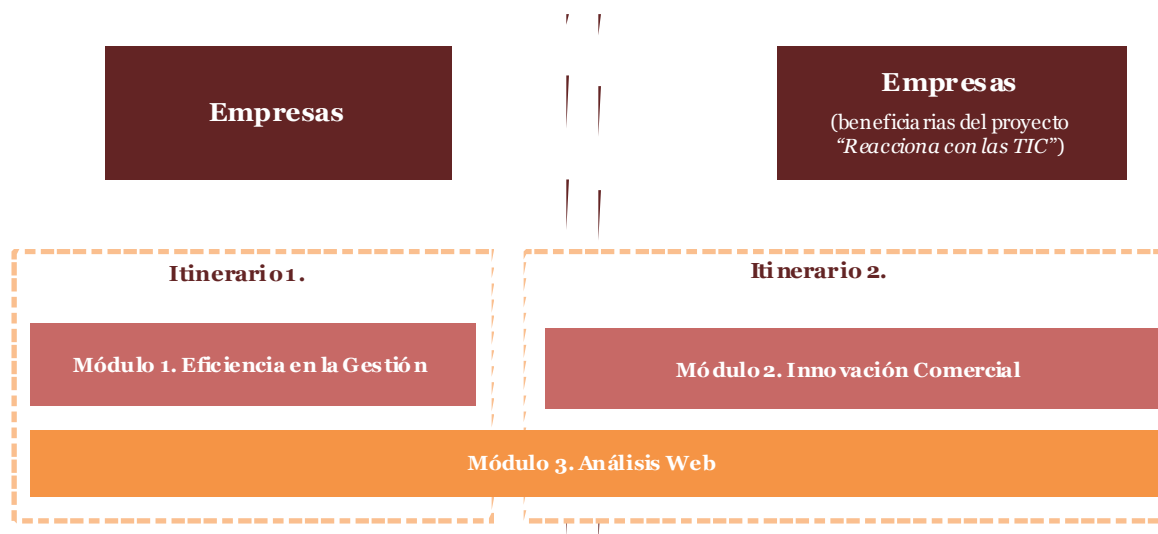


1. ¿En qué consiste el proyecto?

1.2. Itinerarios de asesoramiento (I)

La empresa tendrá que seleccionar uno de los 2 itinerarios de asesoramiento indicados a continuación, a excepción de las empresas que hayan sido beneficiarias del proyecto “Reacciona con las TIC” impulsado desde la Diputación de Lugo en cuyo caso deberán decantarse obligatoriamente por el itinerario 2.

Itinerarios de asesoramiento



Tal y como se desprende del anterior esquema los itinerarios se componen a su vez de los siguientes módulos de asesoramiento:

- **Itinerario 1:** Módulo 1. Eficiencia en la gestión y Módulo 3. Análisis web.
- **Itinerario 2:** Módulo 2. Innovación comercial y Módulo 3. Análisis web.

En las páginas siguientes se definirá el contenido de los anteriores módulos de asesoramiento.

1. ¿En qué consiste el proyecto?

1.2. Itinerarios de asesoramiento (II)



Módulo 1. Eficiencia en la gestión

Análisis del modelo de negocio y de los procesos de la empresa determinando la idoneidad de incorporar soluciones tecnológicas de naturaleza software que redunden en una mayor eficiencia operativa de la empresa.

- Se **determinará el grado de madurez tecnológica** de la empresa y se determinarán sus **capacidades actuales y áreas de mejora en el ámbito TIC para cada uno de los procesos** de la cadena de valor.
- Se determinarán **acciones de mejora y se propondrán diferentes soluciones de software de negocio** que den respuesta a las deficiencias identificadas. Algunas de las acciones recomendadas podrán ser:
 - Infraestructura TIC básica o avanzada
 - Herramientas de productividad (Plataformas ofimáticas)
 - Herramientas de facturación
 - Herramientas de contabilidad
 - ERP
 - CRM
 - Certificado digital
 - Cursos de formación en el ámbito TIC
 - Gestión de flujos de cliente
 - Gestión de flotas
 - Seguridad y acceso a la información (soluciones cloud).
 - Etc



Módulo 2. Innovación comercial

Asesoramiento en la determinación de nuevas líneas de actuación en la gestión de mercados y clientes:

- **Nuevas áreas geográficas de venta:** Se evaluará la viabilidad o no de acceder a nuevos mercados dictaminando las acciones a llevar a cabo en el caso de que esta opción sea viable para la empresa.
- **Nuevos segmentos de cliente:** Se reflexionará si el producto o servicio de la empresa se puede comercializar a otros segmentos de cliente y en la medida de lo posible a segmentos a los que aporte mayor valor añadido. *“No es lo mismo vender pan al usuario final que a una empresa que vende bocadillos o que a un restaurante.”*
- **Nuevos canales de venta:** Nuevos canales de venta que se adecuen al producto/servicio y que permitan acceder a nuevos segmentos de cliente y/o posibilitem más opciones para contactar con el cliente y por tanto aumentar la probabilidad de venta.
- **Nuevos medios y herramientas de promoción off-line y on-line:** Determinar la viabilidad de implantar acciones de promoción off-line y on-line proponiendo aquellas que más se adecuen a los segmentos de cliente de la empresa.
- **Nuevos métodos de fidelización y evaluación de la percepción del cliente:** Determinar que mecanismos de fidelización y de evaluación de la percepción del cliente se adecuen más en función del producto/servicio y las características del cliente.

“Este asesoramiento no incluirá el coste de la implantación de las soluciones software o medidas recomendadas pero sí el asesoramiento continuo para hacerlo con pleno éxito.”

1. ¿En qué consiste el proyecto?

1.2. Itinerarios de asesoramiento (III)



Módulo 3. Análisis web

Se determinarán acciones de mejora y se propondrán diferentes herramientas para impulsar la web y la estrategia de marketing-on-line. Para ello se partirá de un análisis de la página web y de la estrategia de marketing online de la empresa. El contenido que contemplan ambos bloques sigue el siguiente esquema:

El **análisis de la página web** comprenderá los siguientes aspectos:

- Diseño, en donde se analizarán las buenas prácticas del mercado en lo relativo al diseño de las páginas web.
- Usabilidad / Navegabilidad, en donde se analizará la facilidad con la que un usuario se desenvuelve dentro de un entorno Web.
- Accesibilidad, grado de uso independientemente de los conocimientos o capacidades del navegante.
- Formas de pago, para determinar si éstas son óptimas en función de los mercados y tipos de cliente objetivo.
- Entorno legal revisando el cumplimiento de la LOPD, la LSSICE (Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de Información y Comercio Electrónico) y de la Ley de ordenación del comercio minorista.

El estudio de la situación actual de **la estrategia marketing digital** de la empresa teniendo en consideración, entre otros, los siguientes parámetros:

- **Posicionamiento SEO**, en donde se analizará el posicionamiento natural desde el punto de vista interno (arquitectura de la página) y externo (enlaces a la página), haciendo uso de las últimas actualizaciones de algoritmos de Google (Panda y Penguin).
- **Publicidad SEM**, análisis de las campañas realizadas y si no se han realizado se realiza una simulación de los beneficios que podría reportar.
- **Redes sociales**, presencia en redes sociales y su adecuación a las mismas para obtener un mejor posicionamiento.
- **Reputación online**, en donde expondrá la importancia de la reputación online y el impacto que tiene el tener una mala reputación online.
- **Blog**: Se identificará la importancia de tener activo un blog de cara a aumentar la comunicación, beneficiar el posicionamiento SEO, fortalecer la marca, y escuchar la opinión de los clientes.

1. ¿En qué consiste el proyecto?

1.2. Itinerarios de asesoramiento (IV)



Módulo 3. Análisis web (cont.)

- **E-mail marketing y móvil marketing:** Se identificarán las ventajas más relevantes acerca de la utilización de estas herramientas destacando entre otras las siguientes: es simple su manejo, económico (un 78% menos que cualquier otro tipo de marketing), veloz: El e-mail y los SMS, MMS o whatsapp son prácticamente inmediatos, flexibilidad de formatos y diseños, posibilita una medición eficaz de resultados, no tiene límites en el volumen de información, provoca respuesta inmediata, es de fácil segmentación, tiene alcance global permitiendo llegar fácilmente a contactos en todo el mundo, comunicación personalizada, permitiendo personalizar los envíos, y es la aplicación Web por excelencia y a la que las personas dedican una mayor cantidad de su tiempo (teléfono móvil y correo electrónico).
- **Geolocalización,** en donde se analizará si la empresa se encuentra geolocalizada en las principales plataformas o herramientas de geolocalización.
- **Casos de éxito:** Se identificarán casos de éxito para las variables comentadas anteriormente que le servirán de ejemplo a la empresa si decide finalmente acometerlas.

“Este asesoramiento no incluirá el coste de la implantación de las soluciones software o medidas recomendadas pero sí el asesoramiento continuo para hacerlo con pleno éxito.”

2. ¿Qué beneficios le puede aportar?

“Se busca **crear valor** en el medio plazo”

2. ¿Qué beneficios le puede aportar?

El plan podrá aportar a su empresa, entre otros, los siguientes beneficios:

- ✓ Impulsar su **distribución**, contemplando actuaciones relacionadas con la activación de nuevos canales de ventas, entre otros.
- ✓ Potenciar la **fidelización** de sus clientes.
- ✓ Mejorar su negocio a través de **evaluar la percepción de sus clientes**.
- ✓ Acceder a **nuevos mercados**, nacionales o internacionales .
- ✓ Identificar **nuevos segmentos de cliente** que pudieran estar interesados en adquirir sus productos/servicios.
- ✓ Mejorar el **posicionamiento** de su producto/servicio en el mercado.
- ✓ Mejorar la **eficiencia** de su organización, haciendo un mejor uso de la información disponible o incorporando soluciones informáticas innovadoras a su operativa diaria, entre otros.
- ✓ Utilizar **herramientas de marketing on-line y de e-commerce** que potenciarán sus líneas estratégicas en Internet.



3. ¿Quién puede participar?

“Únete al proyecto...
... **Innovemos juntos**”

3. ¿Quién puede participar?

¿Quién puede participar?

Pueden ser **beneficiarios del Plan** todas aquellas **micropymes y autónomos** que tengan su **actividad principal en la provincia de Lugo**.

¿Qué es una micropyme?

- Menos de 10 trabajadores
- Cumplir al menos una de las siguientes situaciones:
 - ✓ Cifra de facturación anual inferior o igual a 2 Millones de €.
 - ✓ Balance general anual inferior o igual a 2 Millones de €.

¿Qué es necesario?

- Capacidad de la Dirección para asumir riesgos
- Actitud proactiva para la generación de ideas
- Predisposición a la colaboración externa
- Participación de los miembros de la empresa
- Análisis crítico de los procesos de la empresa
- Responsabilidad compartida con los técnicos



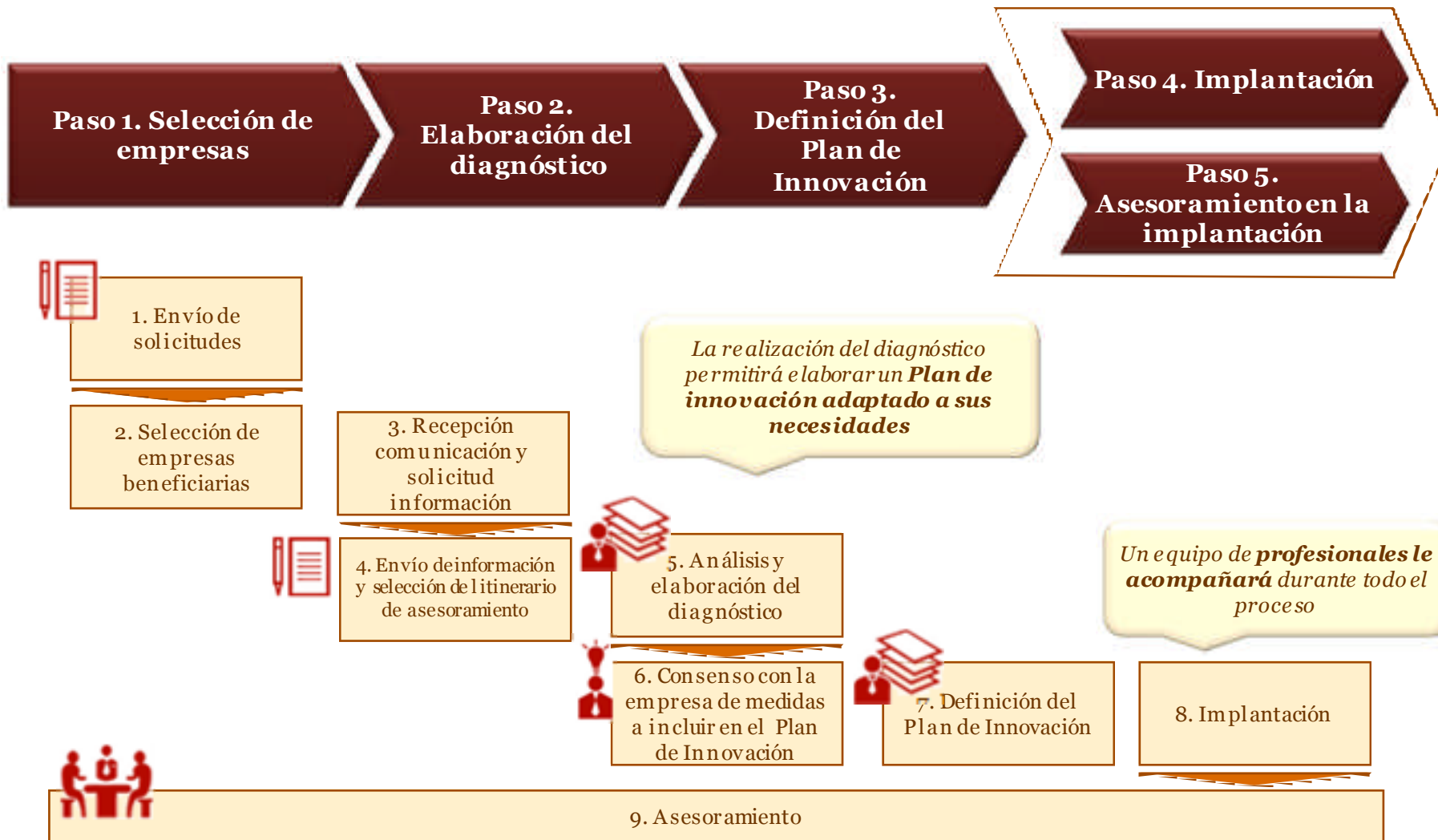
4. Pero.. ¿de qué se trata exactamente?

“Un trabajo de innovación sólido...
... para **aportar valor** de manera sostenida”

4. Pero... ¿de qué se trata exactamente?

4.1. La iniciativa paso a paso

El proyecto consistirá, fundamentalmente, en la realización de los siguientes pasos:



4. Pero... ¿de qué se trata exactamente?

4.2. La necesidad de involucración



Diputación de Lugo & EOI

Pondrán a su disposición un equipo de profesionales que:

- ✓ Analizarán su empresa, obteniendo un **diagnóstico**.
- ✓ Definirán un **Plan de Innovación**, en base a las medidas consensuadas con la empresa.
- ✓ Consensuará con usted las medidas a incluir en el Plan de Innovación y evaluar el grado de implantación de las mismas.
- ✓ Ofrecerán **asesoramiento durante todo el proyecto**, tanto durante la fase de diagnóstico, como en la definición del Plan de Innovación y en su implantación.



Micropyme/Autonómo beneficiari@

Será necesario que los responsables:

- ✓ Remitan la solicitud y documentación requerida para la participación en el proyecto.
- ✓ Analicen y consensuen junto a los asesores las medidas idóneas y viables para su empresa.
- ✓ **Se comprometan a la realización** de las medidas contempladas en el Plan de Innovación.
- ✓ Faciliten la celebración de las reuniones durante todo el proyecto.
- ✓ **Envíen la información** que se les solicite para verificar el grado de avance del Plan de Innovación durante todo el proyecto.



Dinamización del tejido productivo de Lugo



Diputación de Lugo & EOI

¡Innovemos juntos!

